

青年创客零成本试水,店铺收益反哺社区 社区有家众筹咖啡店

江岸区百步亭社区悦秀苑党群服务中心的临街转角处,玻璃门一推,醇厚的咖啡香扑面而来。一杯美式6.6元,一杯拿铁9.9元,这间开在政务空间里的“亭下咖啡”,试营业二十多天流水便破万元。

这家小店由126名志愿者众筹5万元打造,主理人是百步亭社区“逐梦青年”志愿服务队长邵剑昭。他表示,经营利润除去基础运营成本外,全部回馈社区,用于改造老人便民休息区、添置儿童游乐设施等邻里便民服务。

除了账面上的营收,它还让全职妈妈实现在家门口就业,为青年创客搭起零成本展示平台,社区的青年朋友圈也越扩越大。

百步亭正尝试用“经营思维”激活基层治理的内生动力。

家门口多了就业岗

9月10日15时,午后的阳光斜落在“亭下咖啡”的操作台上,36岁的周艳握着奶缸轻轻划圈,绵密的奶泡在咖啡液面拉出细腻的花纹,动作利落又从容。点单、出品、盘账、运营线上账号,如今的她独当一面。很难想象一年前,她还是生活半径只围着家转的全职妈妈。

这间小店最先带来的改变,是给社区全职妈妈们搭起了家门口的就业桥。记者了解到,店里4名店员全是本社区的全职妈妈,周艳是最早入职的一位。

周艳是悦秀苑的居民,也是百步亭社区“逐梦青年”志愿服务队的队员。当得知社区筹备公益咖啡店时,她主动争取了这个就业机会。“就在家门口,既能做事又能顾着家,我当时就觉得这是为我量身定做的机会。”周艳说。

为了把咖啡做好,三伏天内她辗转奔波,跑到汉口北咖啡街和汉阳区的培训学校进修。咖啡豆怎么挑、萃取比例怎么控、供应链怎么对接、店面怎么运营,她挨个请教,笔记密密麻麻记了十几页纸。“既然做了,就得做得像样,不能辜负大家的信任。”现在店里的7款基础饮品,都是她和邵剑昭一杯杯试喝、调整了十几次才定下来的。

开业头一周客流最集中,一天能卖一百多杯,周艳从早站到晚,脚肿得穿鞋都费劲,却越干越有劲。“忙是忙,但踏实啊,那种做成事的成就感,在家待着是体会不到的。”如今生意渐渐稳定,她满足于按部就班做咖啡,开始琢磨起运营门道:怎么针对周边上班族推出早餐套餐,怎么借助平台引流,换季如何更新特调饮品,



亭下咖啡内景。

甚至连会员积分规则她都拿出了好几版方案,思路越来越开阔。试营业至今,她已经赚了三千多元,钱不算多,却是她实现自我价值的见证。

有两个孩子的宝妈张女士总在早午高峰时段来帮忙,工资按小时结算。“早上送完两个孩子到学校后再到岗,午高峰忙完还能回家休息一下,既能赚钱,又不耽误陪孩子,整个人的精神头都比以前足多了。”张女士说。

24个格子窗成为“创业试验台”

亭下咖啡对面的展示墙上,24个原木色格子整齐排列,干净清爽,像一个个等待创意填充的小橱窗。这是专门为青年创客开辟的免费寄售区,为年轻人搭起的“零成本创业试验台”。

这个主意是邵剑昭从自己的创业经历里琢磨出来的。邵剑昭经营着三家婚纱店,2014年创业时,他曾因为没有线下实体门店,本地市场迟迟打不开。踩过这个坑后,他格外清楚一个固定的展示窗口的重要性。“先搭个平台让大家把作品摆出来,东西好不好大家一眼能看见,有口碑了,生意慢慢就能做起来。”

报名通道开通没多久,邵剑昭团队就收到了二十多份申请。做非遗宋锦手工饰品的初创者小李就是其中之一。她入行不久,之前常在解放公园、江汉路市集摆摊,点位不固定、客流也随机,便一直想找个固定的展示窗口,“有个根据地,人家想找你

找得到,信任感也不一样。”

百步亭社区阳光家园的残障青年鑫鑫也主动找上门来。他平时喜欢用画笔记录街巷烟火、邻里故事,不少作品都带着浓浓的生活气,他想把自己的画作放在格子里寄售,“要是能卖出去,也算靠自己的手艺多开一扇增收的门”。

社区还组起了一支“选品帮扶团”:学艺术的“00后”志愿者杨晨曦把控美学风格,经营幸福食堂的志愿者张春德负责评估市场可行性、帮初创青年打磨定价策略,社区工作人员则对接跟进扶持政策。据悉,目前已有一批兼具创意与温度的作品通过筛选,预计9月底正式上架。

“格子虽然不大,但可以让大家试试深浅。市场反馈好就接着往下做,不行也没什么损失,相当于给年轻人的梦想托了个底。”邵剑昭说。

“靠做好生意来做公益”

亭下咖啡的诞生,不是拍脑袋的决定,而是社区居民议事的结果。

2025年初,悦秀苑党群服务中心启动亲民化改造。在“百步‘议’起来”居民议事会上,改造空间的用途经过了多轮讨论:健身房、便民修补铺、公益理发角……候选方案提了七八个,最终,“开一家社区咖啡店”的方案高票通过。

悦秀苑居委会党委书记田欢道出了其中的逻辑:“社区更新改造、困难帮扶、服务‘一老一小’,处处要用

钱。咖啡是有稳定需求的日常业态,能长久经营、持续产生收益;更重要的是,它是个天然的流量入口——年轻人愿意走进来,就有机会了解社区在做什么,才愿意参与进来。”

品控、定价到引流,邵剑昭团队全程按市场化标准打磨,所有动作都指向一个目标:稳定盈利。

“我们不是靠情怀做公益,是靠做好生意来做公益。”邵剑昭总把这句话挂在嘴边,“店能赚钱,社区就有条件开发更多就业岗位,有更大的能量扶持青年创业、升级便民设施、帮扶困难群体。”

这种“消费即支持、盈利反哺社区”的模式,其影响力像水波一样漾开,越来越多顾客从“喝咖啡的人”变成了“一起做事的人”。

在附近银行上班的高颖最开始只是冲着咖啡便宜来的,次数多了,便慢慢摸清了咖啡店的公益属性。后来她主动找到邵剑昭,说自己可以利用业余时间,给入驻格子铺的创业者做免费的金融科普,帮大家对接创业贷款、对公账户办理的政策。“一开始我只是个消费者,现在能参与进来帮助他人,对社区的归属感更强了。”

眼下试营业态势向好,团队正忙着打磨新品、拓展营收。他们正在调试一款名叫“做个‘社牛’”的特色拿铁——在社区做志愿服务,都有从认生到成为“社牛”的过程,这杯咖啡就是给每一个愿意走进来、参与进来的人的一个纪念。

文图/记者刘克取